

第1回

# 乳幼児の親子の メディア活用調査

速報版



乳幼児の生活に  
メディアはどのくらい入っているのか、  
保護者は子どもが育つ環境として、  
どのように整えているか



- 2 本調査について
- 3 基本属性
- 4 **1** 乳幼児のメディア利用の実態
- 8 **2** 保護者のかかわり
- 12 **3** 保護者自身のメディアとの接し方
- 15 専門の立場から・調査をふりかえて

ベネッセ教育総合研究所  
次世代育成研究室

<http://berd.benesse.jp/>

2013年7月

## 本調査について

ここ数年で新しいメディアが急速に増え、生活する上で欠かせないものになってきています。では現在、乳幼児の生活にメディアはどのくらい入っているのでしょうか。また、家庭で保護者は子どもへのメディアの使い方をどのように整え、子どもの育つ環境に上手に取り入れているのでしょうか。

今回、ベネッセ教育総合研究所では、0歳6か月～6歳までの乳幼児をもつ保護者を対象に、メディア使用の実態と意識をとらえることを目的にした、郵送調査を行いました。

私たちは、以下の3つの観点で、乳幼児を持つ親子のメディア活用と意識を明らかにしたいと考えました。

- 1 乳幼児のメディア利用の実態
- 2 保護者のかかわりと意識
- 3 保護者自身のメディアとの接し方

調査で浮かび上がった現状を踏まえ、乳幼児をもつ親子にとって安全で豊かな日常生活を育み、社会における次世代育成に役立つ手掛かりとなることを願っております。

## 調査概要

《対象者》 第1子で0歳6か月～6歳までの就学前の乳幼児をもつ母親

《調査方法》 郵送法（自記式アンケートを郵送により配布・回収）

《調査時期》 2013年3月4日（月）～31日（日）

《調査地域》 東京・神奈川・千葉・埼玉

《調査項目》 家庭でのメディア所有状況、子どもの1週間のメディアの使用頻度、1日の実体験とメディア使用の時間・時間帯、アプリ・ソフトの使用状況、親子で決めているメディアのルール、保護者のメディア使用やアプリ・ソフトへの意識、保護者自身のメディア使用状況、子育て意識など。

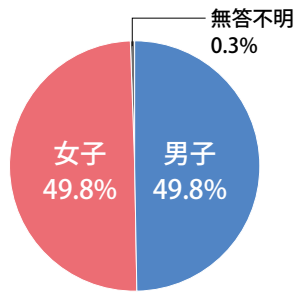
《回収サンプル数》 配布数 10,010 件 有効回収率 32.3%

0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
569	521	436	448	438	421	401	3,234



# 基本属性

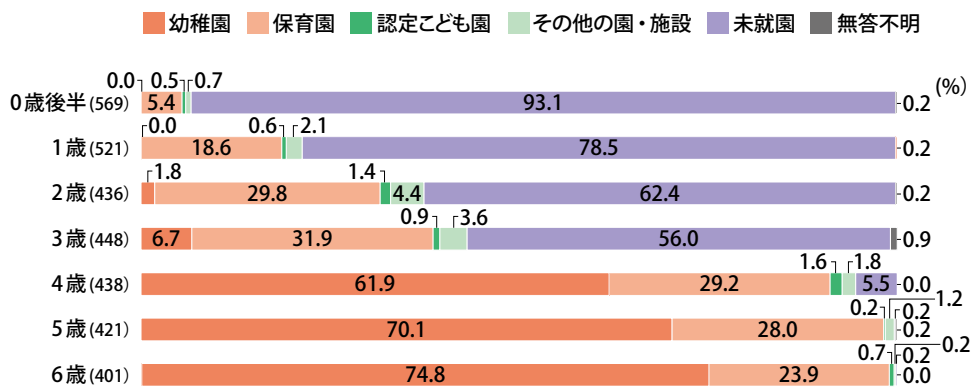
## 子どもの性別



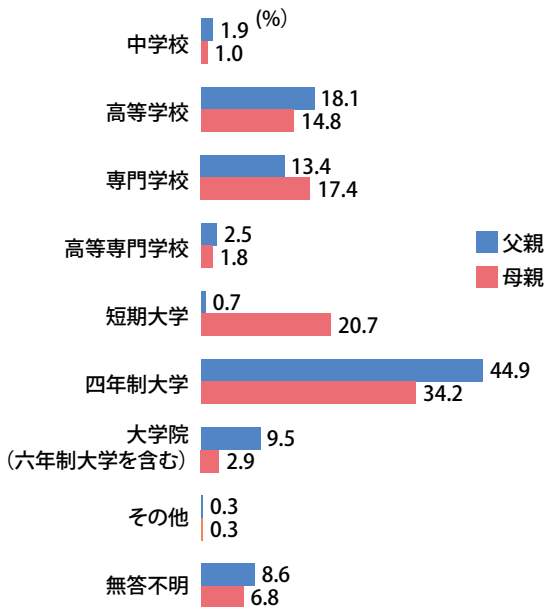
## 親の平均年齢

	父親の年齢	母親の年齢	(歳)
0歳後半	34.8	32.7	
1歳	36.1	33.9	
2歳	36.9	34.7	
3歳	37.9	35.7	
4歳	38.0	36.1	
5歳	39.2	36.9	
6歳	40.3	38.1	

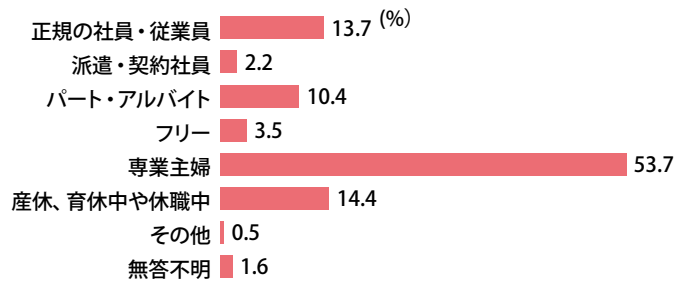
## 子どもの就園状況



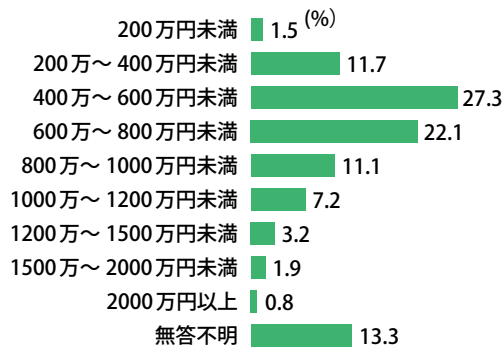
## 親の最終学歴



## 母親の就業状況



## 世帯年収



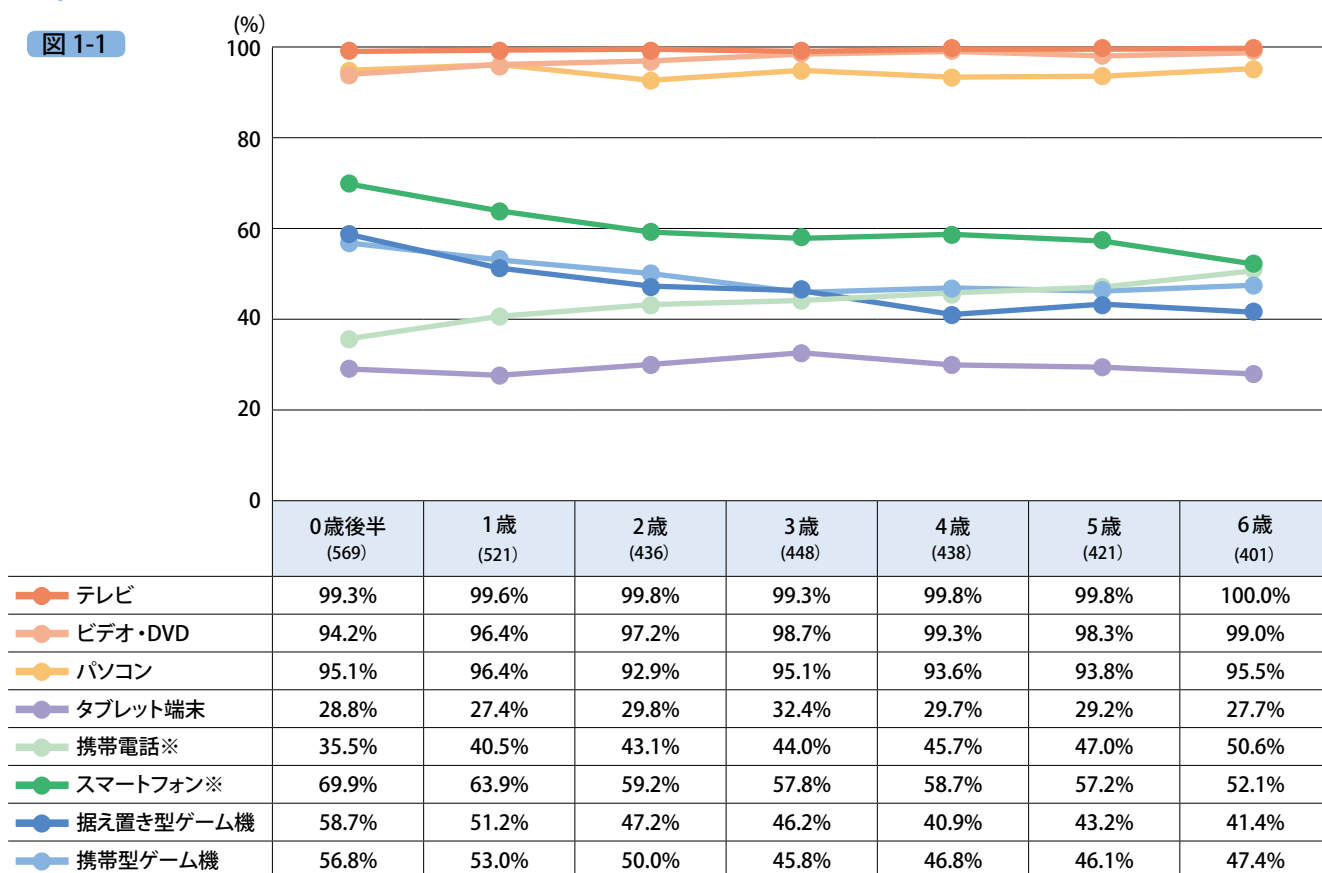
## 乳幼児のメディア利用の実態

## 家庭でのメディア所有率

母親のスマートフォンの所有率は、  
0、1歳で6割を超える。

Q. ご家庭で、次のものをお持ちですか。

図 1-1



※母親自身の所有率

## 母親の年齢別

図 1-2

		29歳以下 (349)	30-34歳 (915)	35-39歳 (1114)	40歳以上 (564)
母親所有	携帯電話	26.1%	36.0%	44.9%	56.4%
	スマートフォン	80.2%	67.4%	58.7%	47.2%
父親所有	携帯電話	28.9%	38.5%	46.4%	57.6%
	スマートフォン	73.6%	70.1%	63.5%	50.5%

## 就園状況別

図 1-3

		1-3歳		4-6歳	
		未就園 (932)	保育園 (370)	幼稚園 (866)	保育園 (342)
母親所有	携帯電話	44.6%	35.7%	50.6%	40.4%
	スマートフォン	57.4%	70.3%	52.2%	65.8%
父親所有	携帯電話	43.1%	40.0%	50.9%	41.5%
	スマートフォン	65.3%	64.1%	58.4%	62.3%

乳幼児のいる家庭にあるメディアをみると、「テレビ」「ビデオ・DVD」「パソコン」は多くの家庭にある。「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」は4割以上あり、子どもが1歳以下の家庭では5割を超える。「スマートフォン」は子どもの年齢が小さい家庭ほど持っており、母親の所有率は0歳児後半で69.9%、1歳児で63.9%である(図1-1)。「スマートフォン」は、若い年齢層の母親ほど持ち、子どもが保育園に通うほうが多く持つ傾向がみられる(図1-2,3)。乳幼児のいる家庭に、多くのメディアが浸透しつつある。

## 乳幼児のメディア利用の実態

### 子どもの1週間での使用頻度

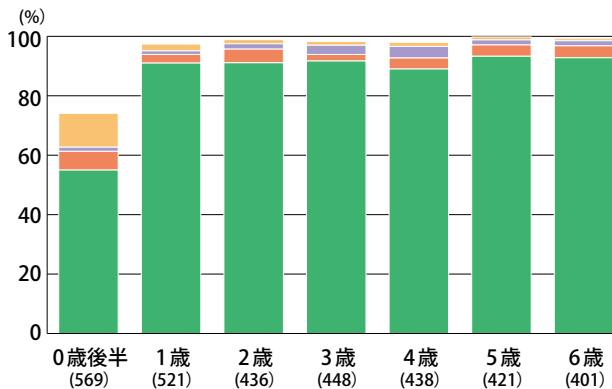
スマートフォンは、2歳以降、2割以上が週3回以上の頻度で使っている。

Q. お子さまは、以下のものを、ご家庭で1週間あたりどれくらい見たり使ったりしていますか。

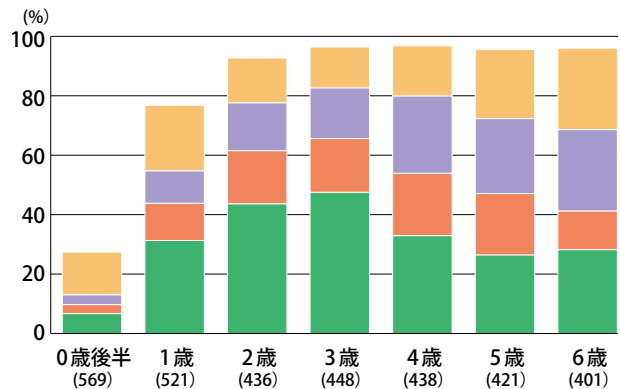
図 1-4

■ ほとんど毎日 ■ 週に3～4日 ■ 週に1～2日 ■ ごくたまに

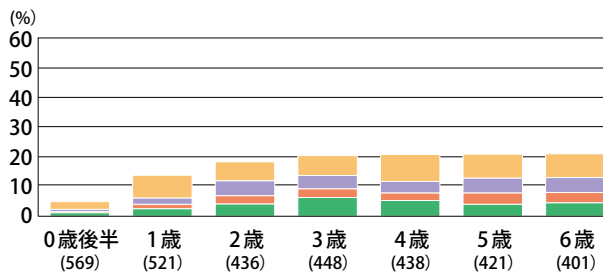
#### テレビ番組（録画含む）



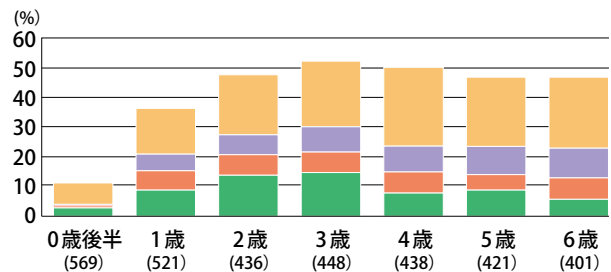
#### ビデオ・DVD



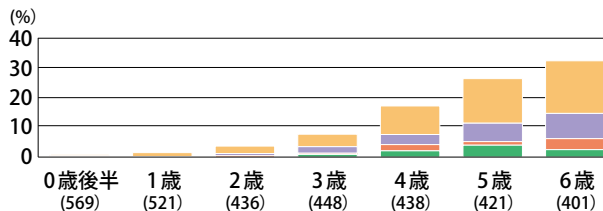
#### タブレット端末



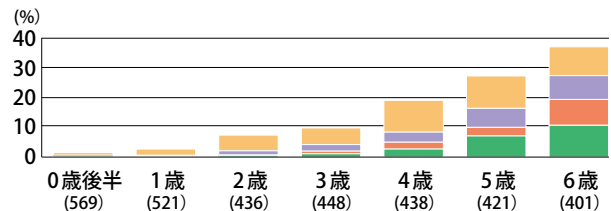
#### スマートフォン



#### 据え置き型ゲーム機



#### 携帯型ゲーム機



「テレビ番組（録画含む）」は1歳以上で9割が「ほとんど毎日」見ている。「ビデオ・DVD」も乳幼児の多くが見ているが、2～3歳で「ほとんど毎日」の割合が5割近くになった後、頻度が減る。「スマートフォン」は2歳以降で2割以上が「週に1～2回」以上使い、2～3歳で「ほとんど毎日」使う割合が高い（図1-4）。同じ調査で、スマートフォンやタブレット端末など新しいメディアを子ども専用として持つ割合は極めて低かった。乳幼児の一部が親の持つ新しいメディアを使い始めている様子がうかがえる。

## 乳幼児のメディア利用の実態

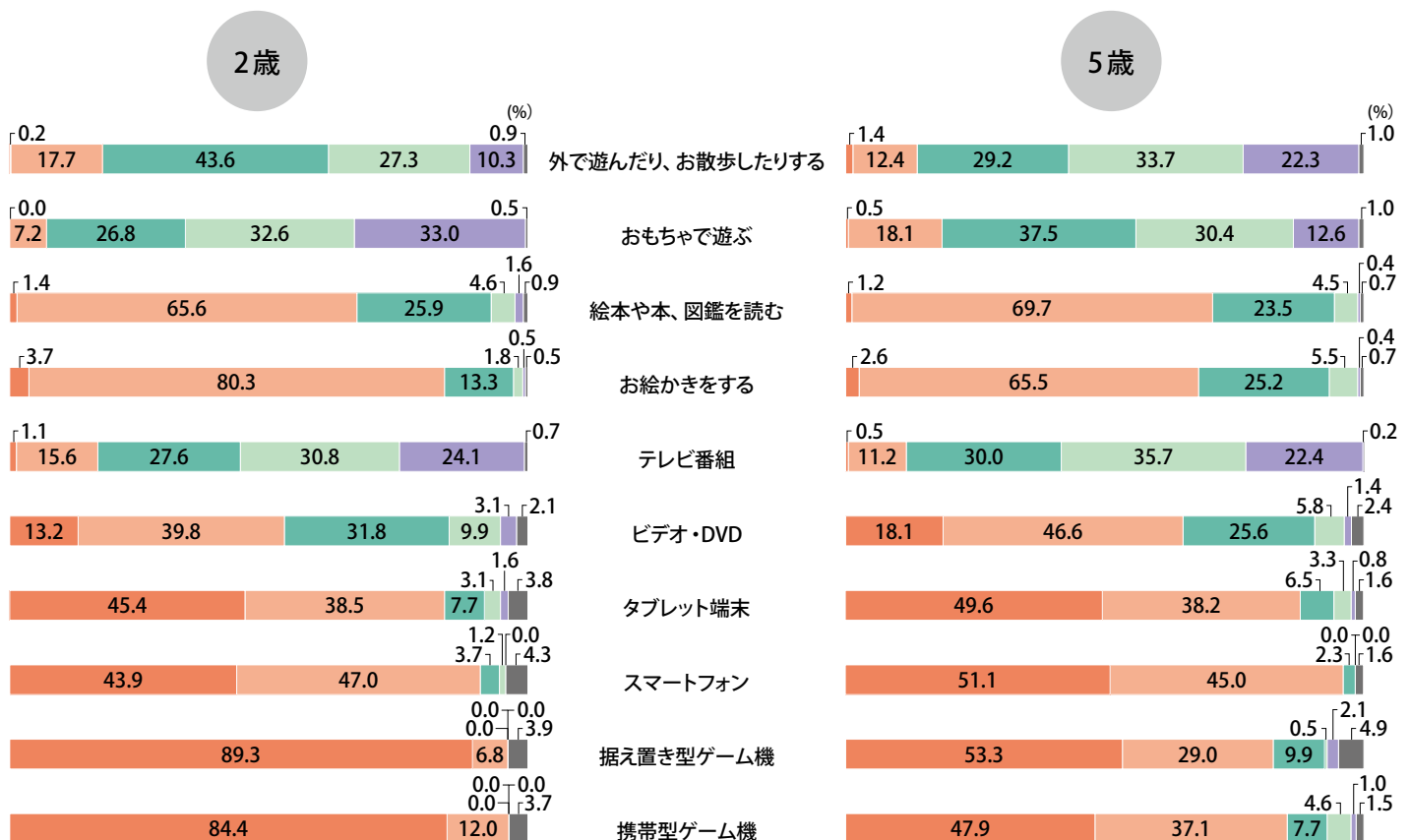
## 子どもの1日の活動時間

幼児の1日の生活時間をみると、  
外遊びやおもちゃ遊び、メディアを使った遊びなど、  
様々な活動をしている。

Q. 平日、お子さまは、次のことを、1日あたりどれくらいしていますか。

図 1-5

0分 30分以下 1時間くらい 2時間くらい 3時間以上 無答不明



※「外で遊んだり、お散歩したりする」～「お絵かきをする」は、園での活動を含める。

※「テレビ番組」～「携帯型ゲーム機」は、家庭での活動を聞いている。「家がない」を除いて算出。



メディアでとても便利な部分は活用してほしいので、使い方を覚えてほしいと思います。一方、メディアでは得られない生活のよさも体感してほしいと思っています。(5歳)

平日1日に遊ぶ内容は、2歳児の場合、メディア以外では「外で遊んだり、お散歩したりする」「おもちゃで遊ぶ」「絵本や本、図鑑を読む」、メディアでは「テレビ番組」「ビデオ・DVD」が多い。5歳児でも同様の傾向にあり、テレビ番組の時間は変わらないものの、外遊びやおもちゃで遊ぶ時間、お絵かきの時間が長くなっている。1日のうちに様々な活動をしている傾向がみられる。

## 乳幼児のメディア利用の実態

## 使い始めた年齢





使い始めの年齢は、「テレビ」は1歳ごろまでに、  
「ビデオ・DVD」は2歳頃までに8割以上。

「スマートフォン」はすべての年齢で、ここ1～2年で使い始めている。

Q. お子さまは、以下のものを、何歳から見たり使ったりし始めましたか。

図 1-6

※  15%以上

		使い始めた年齢								
		0歳ごろ	1歳ごろ	2歳ごろ	3歳ごろ	4歳ごろ	5歳ごろ	6歳ごろ	使ったことがない	無答不明
 テレビ番組 (録画含む)	0歳後半(569)	77.0%							22.5%	0.5%
	1歳(521)	79.1%	17.3%						2.3%	1.3%
	2歳(436)	55.3%	38.5%	3.7%					0.7%	1.8%
	3歳(448)	49.6%	37.9%	8.9%	1.3%				0.4%	1.8%
	4歳(438)	47.5%	39.7%	9.4%	2.3%	0.2%			0.0%	0.9%
	5歳(421)	46.6%	35.6%	13.8%	2.4%	0.2%			0.2%	1.2%
	6歳(401)	37.7%	42.6%	11.2%	4.5%	1.7%	0.5%	0.0%	0.0%	1.7%
 ビデオ・DVD	0歳後半(569)	31.1%							67.7%	1.2%
	1歳(521)	53.7%	24.8%						19.2%	2.3%
	2歳(436)	34.9%	47.7%	9.4%					5.7%	2.3%
	3歳(448)	30.8%	42.9%	18.8%	2.5%				2.5%	2.7%
	4歳(438)	29.9%	40.9%	18.9%	7.1%	0.5%			1.1%	1.6%
	5歳(421)	29.7%	38.5%	17.3%	7.6%	2.4%	0.7%		2.1%	1.7%
	6歳(401)	26.2%	37.9%	17.5%	11.5%	3.5%	1.0%	0.0%	0.5%	2.0%
 タブレット端末	0歳後半(569)	5.6%							93.1%	1.2%
	1歳(521)	7.9%	5.8%						83.7%	2.7%
	2歳(436)	2.8%	8.3%	8.3%					76.4%	4.4%
	3歳(448)	0.9%	3.6%	9.6%	7.8%				72.5%	5.6%
	4歳(438)	0.9%	1.1%	4.1%	10.3%	5.0%			75.3%	3.2%
	5歳(421)	0.2%	0.5%	2.1%	5.2%	7.6%	8.1%		73.9%	2.4%
	6歳(401)	0.5%	0.0%	0.2%	1.5%	4.2%	12.2%	5.7%	72.1%	3.5%
 スマートフォン	0歳後半(569)	14.9%							84.0%	1.1%
	1歳(521)	22.1%	18.8%						56.2%	2.9%
	2歳(436)	5.7%	23.6%	20.4%					46.1%	4.1%
	3歳(448)	2.5%	9.4%	22.8%	21.4%				40.0%	4.0%
	4歳(438)	0.9%	2.1%	6.8%	27.9%	16.7%			44.1%	1.6%
	5歳(421)	0.2%	0.7%	3.6%	9.0%	20.9%	18.1%		45.8%	1.7%
	6歳(401)	0.5%	0.0%	0.5%	3.0%	8.0%	23.9%	16.5%	43.6%	4.0%

メディアを使い始めた年齢はどうか。「テレビ番組（録画含む）」はどの年齢の子どもも「1歳ごろ」までに8割以上が見始め、「ビデオ・DVD」は「2歳ごろ」までに8割以上が見始めたと回答している。一方、「スマートフォン」は1歳児では「0歳ごろ」22.1%、「1歳ごろ」18.8%、2歳児では「1歳ごろ」23.6%、「2歳ごろ」20.4%、6歳児では「5歳ごろ」23.9%、「6歳ごろ」16.5%のように、どの年齢でもこの1～2年で使い始めたと回答している。タブレット端末も同様の傾向がみられる（図1-6）。新しいメディアは登場や普及状況を考えると、親子で同時期に使い始めている様子が見える。

## 保護者のかかわり

## メディアを使う場面

家では家事などで手が離せないときに「テレビ」「ビデオ・DVD」、  
外では待ち時間に「スマートフォン」を見せている。  
2歳ごろから、子どもが自分から使いたがるが多くなる。

Q. お子さまは、次のような場面でメディアを使っていますか。

図 2-1

※ 20%以上

		年齢別						
		0歳後半 (569)	1歳 (521)	2歳 (436)	3歳 (448)	4歳 (438)	5歳 (421)	6歳 (401)
親が家事などで 手をはなせない とき	テレビ番組(録画含む)	47.8%	77.2%	76.1%	77.9%	78.3%	79.3%	73.6%
	ビデオ・DVD	9.8%	44.5%	55.3%	60.7%	62.1%	52.7%	41.1%
	パソコン	0.9%	1.3%	1.8%	4.7%	4.6%	5.9%	8.0%
	タブレット端末	1.4%	1.7%	5.0%	9.2%	6.4%	6.4%	6.2%
	スマートフォン	1.9%	2.9%	6.9%	8.7%	5.9%	9.5%	7.2%
	携帯電話	0.4%	0.8%	0.7%	0.9%	0.7%	0.5%	0.0%
	据え置き型ゲーム機	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	4.6%	7.1%	7.2%
	携帯型ゲーム機	0.4%	0.6%	1.1%	1.3%	7.3%	9.0%	17.5%
外出先での 待ち時間	タブレット端末	0.5%	2.7%	4.6%	5.6%	4.8%	5.0%	6.2%
	スマートフォン	5.3%	21.3%	27.5%	30.8%	32.6%	28.3%	25.2%
	携帯電話	0.5%	3.1%	5.0%	4.5%	3.4%	4.5%	4.7%
布団やベッドに 入ってから 寝るまでの間	携帯型ゲーム機	0.4%	0.6%	0.7%	0.9%	5.7%	11.4%	14.7%
	テレビ番組(録画含む)	1.9%	1.7%	2.3%	4.7%	6.2%	5.7%	4.0%
	ビデオ・DVD	0.2%	0.8%	1.8%	3.6%	3.7%	3.6%	1.5%
	パソコン	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
	タブレット端末	0.4%	1.3%	1.8%	1.6%	1.4%	1.0%	0.5%
	スマートフォン	2.5%	3.1%	4.8%	6.3%	4.1%	4.0%	2.0%
	携帯電話	0.2%	1.5%	0.9%	1.1%	0.7%	1.4%	1.2%
	据え置き型ゲーム機	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
携帯型ゲーム機	0.4%	0.2%	0.0%	0.9%	0.2%	1.2%	1.5%	



家事など忙しい時や自分が疲れているときに、仕方ないと思いながらテレビをダラダラと見せてしまい、矛盾した自分を責めています。(4歳)



電車の中で大人がスマートフォンをしているのに、子どもに何もせずおとなしくするというのもムリと感じる。(4歳)



電車の中で迷惑をかけないようにとスマートフォンを使わせているが、周りからはどう思われているのだろう、と思います。(3歳)

## 子どもが見たがる時に見せる比率

図 2-2

※ 「子どもが使いたがるとき」が「子どもがさわぐとき」より5ポイント以上多い項目

		年齢別						
		0歳後半 (569)	1歳 (521)	2歳 (436)	3歳 (448)	4歳 (438)	5歳 (421)	6歳 (401)
テレビ番組 (録画含む)	子どもがさわぐとき	18.1%	35.5%	30.3%	30.6%	31.3%	24.0%	18.5%
	子どもが使いたがるとき	2.5%	22.3%	38.5%	42.4%	41.8%	46.1%	44.1%
ビデオ・DVD	子どもがさわぐとき	5.6%	25.7%	26.4%	29.5%	28.1%	20.9%	16.7%
	子どもが使いたがるとき	1.2%	18.4%	39.7%	43.5%	43.8%	41.8%	34.7%
スマートフォン	子どもがさわぐとき	7.6%	16.1%	16.7%	14.1%	14.2%	14.0%	9.2%
	子どもが使いたがるとき	3.9%	21.5%	28.0%	29.0%	26.9%	25.7%	22.9%
据え置き型ゲーム機	子どもがさわぐとき	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	2.4%	2.0%
	子どもが使いたがるとき	0.0%	0.2%	0.5%	2.7%	7.8%	13.3%	14.7%
携帯型ゲーム機	子どもがさわぐとき	0.4%	0.4%	0.9%	0.4%	2.7%	2.9%	6.0%
	子どもが使いたがるとき	0.5%	1.0%	2.5%	4.9%	12.1%	16.4%	25.2%

メディアを使う場面について、1歳児以降でみると、親が家事などで手を離せないときは「テレビ番組(録画含む)」が7割以上、「ビデオ・DVD」が4~6割だった。一方、外出先での待ち時間には「スマートフォン」を2~3割が使うと回答した(図2-1)。新しい動きとして、家の外でも親子の間にメディアが使われ始めている。また、「子どもが使いたがるとき」が「子どもがさわぐとき」を上回るのは、テレビ番組(録画含む)やビデオ・DVDでは2歳以降だが、スマートフォンは1歳以降だった(図2-2)。スマートフォンは親の身の回りであることが多く、子どもにとって身近な存在になりつつある可能性が考えられる。



## 保護者のかかわり

## 親子のメディアのルール

親子でのテレビやビデオ・DVDの視聴ルールを定めている率に比べて、スマートフォンなどの新しいメディアのルール設定は時間帯や目への配慮がやや低い傾向。

**Q.** あなたは、お子さまがメディアを見たり使ったりするときに、ルールを決めていますか。

図 2-3

※子どもが1週間のうち、「週1～2日」以上使ったことがある人のみ  
※ ■ 30%以上

	年齢別							
	0歳後半 (350)	1歳 (489)	2歳 (420)	3歳 (429)	4歳 (416)	5歳 (411)	6歳 (393)	
テレビ番組	時間の長さを決めている	27.7%	32.9%	33.1%	38.9%	39.4%	44.5%	48.1%
	時間帯を決めている	25.4%	38.2%	34.8%	36.6%	43.3%	42.8%	46.8%
	内容を確認している	26.3%	35.2%	46.9%	50.6%	52.4%	53.5%	56.7%
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている	43.1%	56.2%	75.0%	83.0%	80.3%	85.6%	83.7%
	場所を暗くしないようにしている	36.3%	55.8%	66.4%	67.6%	68.3%	73.2%	71.5%
	見るときは、親に伝えるように約束している	0.6%	1.6%	10.2%	25.9%	28.8%	36.0%	37.9%
	食事中は見ないように約束している	20.3%	33.1%	33.1%	42.2%	40.1%	42.8%	40.5%
	見方の約束を守れなかったら注意する	1.7%	17.8%	40.2%	56.4%	58.9%	60.8%	63.9%
	子どもに使わせないようにしている	4.6%	4.5%	3.1%	3.3%	1.9%	1.2%	1.5%
	とくにルールを決めていない	30.9%	15.5%	9.8%	5.6%	6.5%	5.1%	5.3%
		(73)	(277)	(330)	(365)	(344)	(299)	(273)
ビデオ・DVD	時間の長さを決めている	27.4%	38.3%	35.5%	42.2%	40.4%	49.8%	53.1%
	時間帯を決めている	19.2%	24.5%	27.9%	26.3%	36.0%	33.4%	34.4%
	内容を確認している	26.0%	34.3%	43.6%	46.8%	48.0%	49.2%	53.1%
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている	41.1%	55.6%	68.5%	77.0%	77.3%	80.6%	75.1%
	場所を暗くしないようにしている	37.0%	55.6%	64.8%	61.6%	64.2%	68.9%	67.4%
	見るときは、親に伝えるように約束している	1.4%	2.5%	14.5%	30.1%	33.7%	47.5%	50.9%
	食事中は見ないように約束している	15.1%	28.9%	34.5%	44.1%	37.5%	44.1%	45.1%
	見方の約束を守れなかったら注意する	2.7%	19.5%	37.9%	53.7%	57.0%	59.2%	61.2%
	子どもに使わせないようにしている	8.2%	5.1%	4.5%	3.8%	2.9%	2.0%	2.6%
	とくにルールを決めていない	26.0%	16.6%	10.6%	6.8%	5.5%	5.7%	5.9%
			(108)	(118)	(133)	(102)	(97)	(90)
スマートフォン	時間の長さを決めている		17.6%	25.4%	41.4%	41.2%	37.1%	35.6%
	時間帯を決めている		4.6%	15.3%	12.0%	17.6%	13.4%	18.9%
	内容を確認している		29.6%	39.8%	42.9%	39.2%	43.3%	45.6%
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている		16.7%	23.7%	33.8%	31.4%	34.0%	31.1%
	場所を暗くしないようにしている		20.4%	26.3%	33.8%	44.1%	38.1%	34.4%
	見るときは、親に伝えるように約束している		5.6%	25.4%	50.4%	59.8%	59.8%	50.0%
	食事中は見ないように約束している		18.5%	33.9%	35.3%	35.3%	43.3%	43.3%
	見方の約束を守れなかったら注意する		13.9%	34.7%	46.6%	50.0%	51.5%	56.7%
	子どもに使わせないようにしている		13.9%	5.9%	6.0%	7.8%	6.2%	8.9%
	とくにルールを決めていない		28.7%	14.4%	13.5%	4.9%	6.2%	0.0%

※各メディアの所有について「家がない」を除いて算出



親世代が子どもの頃にはまったくなかったメディアが多く、経験から判断するのが難しいと感じることも。(2歳)



メディアとは切っても切り離せない世の中に生きていると思います。ただ、いつから、どれぐらい、どのようにして与えたり、学ばせたりすればいいのかわかりません。(1歳)

子どもが見たり使ったりしているメディアについて、親子でどれくらいルールを決めているだろうか。「テレビ番組」では1歳から、「ビデオ・DVD」は2歳から多くの項目で3割以上(項目によっては7～8割以上)の親が決めていると回答している。これは見始めた時期や1週間での使う頻度が多くなる年齢とも一致している。一方、「スマートフォン」の場合、テレビ番組やビデオ・DVDに比べて割合がやや低めである(図2-3)。スマートフォンなどの新しいメディアは親子で同時期に使い始めたことも考えられ、親子での使い方を模索している段階と思われる。

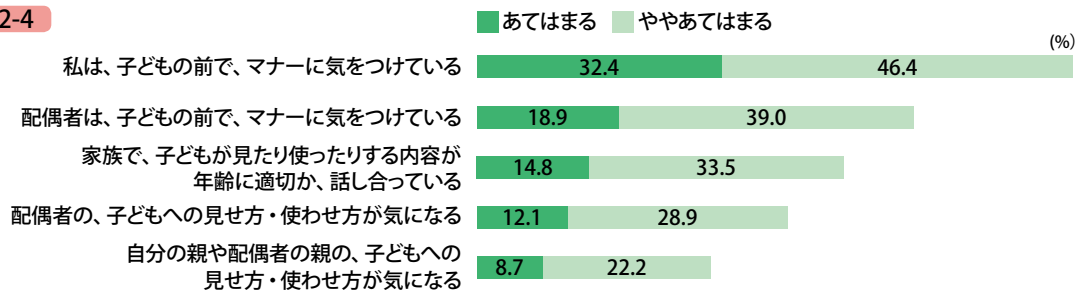
## 保護者のかかわり

## 家族のメディアのルール、ルールの参考

子どもの前でマナーに気をつけるのは8割。  
親子のルールの参考は、「配偶者の意見」「自分の経験から判断」  
「ママ友・先輩ママの意見」が多い。

Q. ご家庭でメディアを見たり、使ったりするとき、以下のことはどれくらいあてはまりますか。

図 2-4



Q. あなたは、お子さまが使うことのあるメディアに、フィルタリングをかけていますか。

図 2-5

※「家がない」と回答した人を除いて算出。

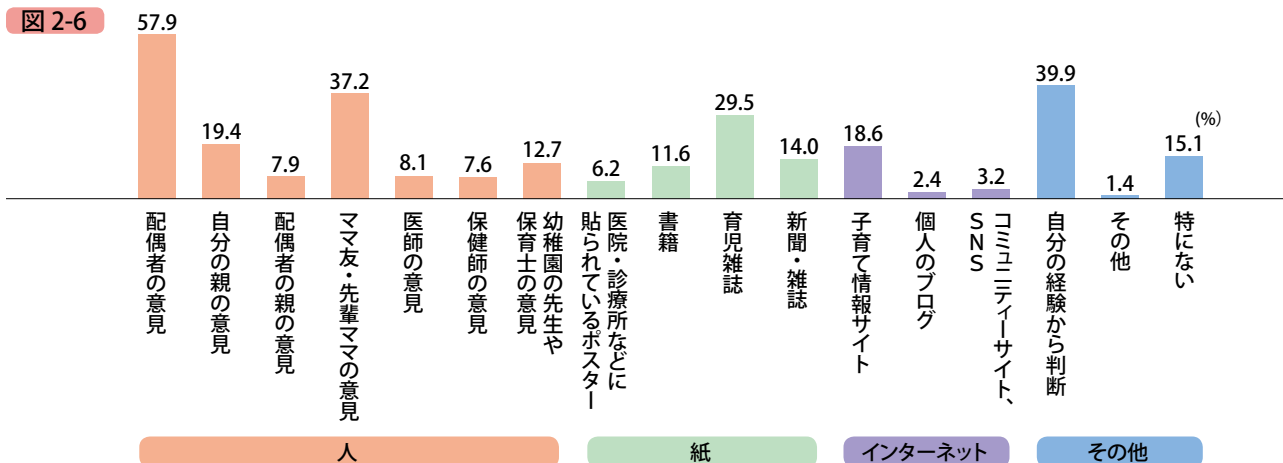
パソコン	6.1%
タブレット端末	6.6%
スマートフォン・携帯電話	5.6%
据え置き型ゲーム機	2.5%
携帯型ゲーム機	4.7%



子どものほうが私自身よりメディアを使いこなしている。タブレットにフィルタリングをしていないので、どこかをクリックしてウイルスに感染したり、広告や有料サイトにつながったりして困っている。(3歳)

Q. あなたは、お子さまがメディアを使うときのルールを決めるのに、参考にしているものはありますか。

図 2-6



家族でのメディアのルールは、「私は、子どもの前で、マナーに気をつけている」は「あてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて約8割である(図2-4)。一方、子どもが使うことのあるメディアへのフィルタリングは1割に満たなかった(図2-5)。子どもを前にメディアのマナーに対する意識はあるが、フィルタリング対策はハードルが高いようである。親子のメディアのルールを決めるときに参考にするのは、多い順に①「配偶者の意見」57.9%、②「自分の経験から判断」39.9%、③「ママ友・先輩ママの意見」37.2%だった(図2-6)。しかし、スマートフォンなど新しいメディアの場合、親自身や周囲の経験の蓄積が少なく、参考になるものが少ないのが現状である。

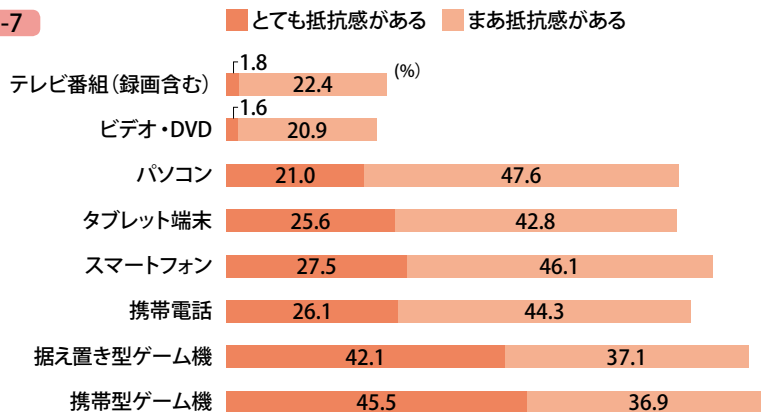
## 保護者のかかわり

## メディア使用やアプリ・ソフトへの意識

学習アプリに「知識が豊かになる」「歌や踊りを楽しめる」「作る、描くなどの表現力を育む」などの可能性を感じている。一方、気がかりは、視力の低下、メディアへの依存など。

Q. あなたは、お子さまに見せる(使わせる)ことについて、どれくらい抵抗感がありますか。

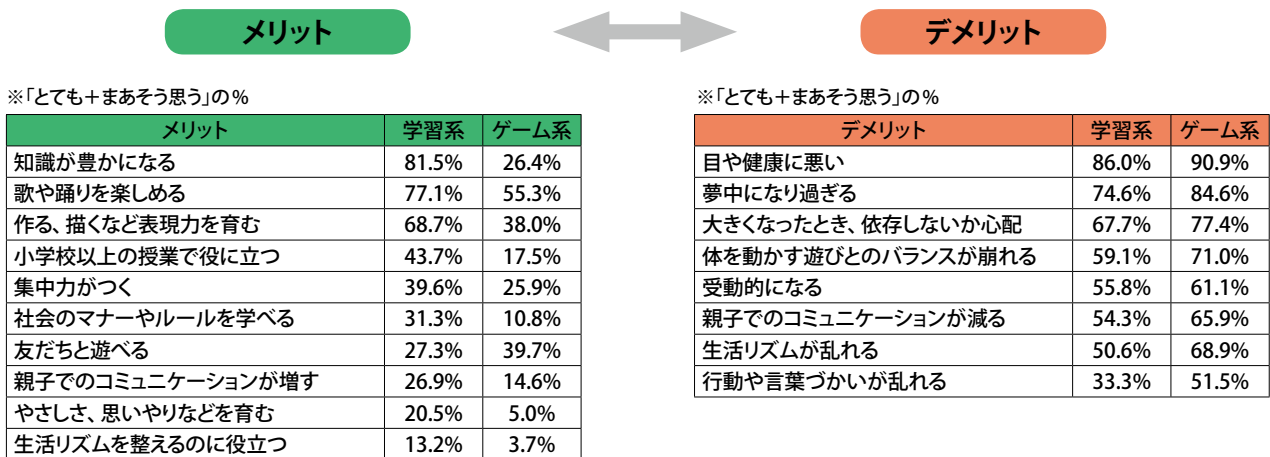
図 2-7



今まで、我が家はメディアに否定的立場でしたが、学校での導入が増加していることなどを見聞きすると、少し方針が揺らぎます。(1歳)

Q. お子さまがアプリ・ソフトを使うことについて、あなたはどのように思いますか。

図 2-8



※かなや絵本、数、英語、お絵かきアプリ・ソフトなどの「学習系」と「ゲーム系」のそれぞれについて、聞いている。  
※アプリ・ソフトを使っていない人も含めて、全員に聞いた結果。

メディアを使わせることへの抵抗感は、テレビ番組やビデオ・DVDは比較的小さく、ゲーム機は大きい傾向がある。新しいメディアはその中間にある(図2-7)。アプリ・ソフトへの意識は、学習アプリに対して多い順に①「知識が豊かになる」81.5%、②「歌や踊りを楽しめる」77.1%、③「作る、描くなど表現力を育む」68.7%と可能性を感じている。一方、気がかりは多い順に①「目や健康に悪い」86.0%、②「夢中になり過ぎる」74.6%、③「大きくなったとき、依存しないか心配」67.7%で、ゲームアプリも同様だった。保護者は子どもがアプリ・ソフトを使うことに可能性と気がかりの両方を感じている状態である。

## 保護者自身のメディアとの接し方

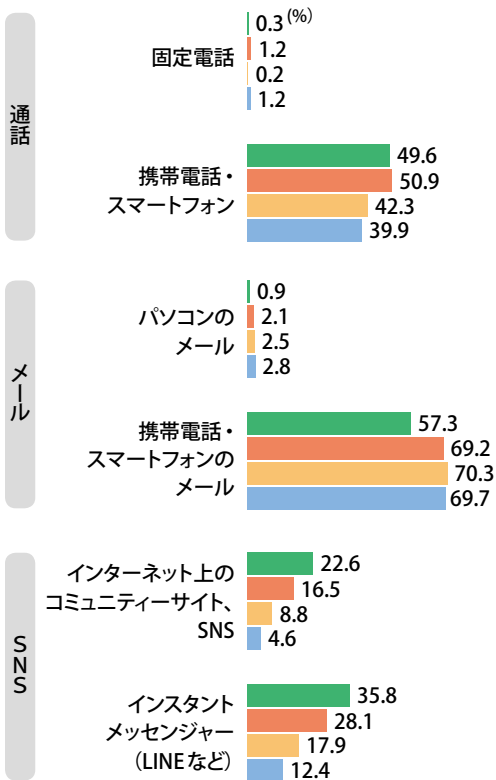
## ママ友との連絡ツール、子育てのためのWEBサイト・SNS利用

若い年齢層の保護者ほど  
子育てに関する連絡や情報収集のツールとして日常的に  
SNSやインスタントメッセージャーを使っている。

Q. あなたは、ママ友と連絡をとるために、以下のものをどのくらい使っていますか。

図 3-1 29歳以下(349) 30-34歳(915) 35-39歳(1114) 40歳以上(564)

※「よくある」の数値



Q. あなたは、現在、WEBサイトやSNSを通して、子育てのために、以下のことを行っていますか。

図 3-2

※ 20%以上

	29歳以下(349)	30-34歳(915)	35-39歳(1114)	40歳以上(564)	
情報収集	情報サイト	77.7%	79.1%	79.1%	72.3%
	個人のサイトやブログ	35.0%	31.8%	28.4%	21.8%
	掲示板	21.8%	18.4%	15.4%	13.3%
	コミュニティサイト、SNS	21.5%	17.9%	10.1%	7.4%
	インスタントメッセージャー	4.9%	3.4%	2.2%	1.8%
行わない	10.6%	10.3%	12.5%	20.9%	
定期的に見る	情報サイト	43.0%	45.6%	38.2%	36.7%
	個人のサイトやブログ	28.1%	30.6%	23.0%	16.5%
	掲示板	12.9%	11.3%	8.8%	8.9%
	コミュニティサイト、SNS	38.4%	31.6%	19.7%	14.9%
	インスタントメッセージャー	11.5%	10.5%	6.2%	3.9%
行わない	23.5%	24.6%	36.6%	45.9%	
子育てグッズの購入	情報サイト	41.0%	43.6%	41.3%	37.9%
	個人のサイトやブログ	2.9%	2.2%	1.6%	1.8%
	掲示板	1.1%	0.7%	0.7%	1.1%
	コミュニティサイト、SNS	1.4%	1.0%	0.8%	0.7%
	インスタントメッセージャー	0.6%	0.7%	0.1%	0.0%
行わない	54.4%	51.4%	54.2%	57.4%	
発信やコメント	情報サイト	3.7%	1.6%	1.3%	0.4%
	個人のサイトやブログ	10.3%	7.1%	5.0%	4.3%
	掲示板	3.2%	1.1%	1.0%	1.1%
	コミュニティサイト、SNS	41.0%	30.7%	18.9%	12.9%
	インスタントメッセージャー	14.3%	9.0%	5.3%	3.0%
行わない	50.4%	62.6%	74.8%	82.1%	
情報交換	情報サイト	5.2%	6.8%	5.7%	5.5%
	個人のサイトやブログ	5.7%	5.2%	4.5%	2.8%
	掲示板	5.4%	2.6%	2.2%	2.0%
	コミュニティサイト、SNS	31.5%	21.5%	12.7%	9.4%
	インスタントメッセージャー	19.2%	12.3%	8.0%	4.8%
行わない	53.9%	63.5%	74.0%	80.5%	
地域とは異なる仲間	情報サイト	2.9%	2.1%	2.6%	2.8%
	個人のサイトやブログ	4.0%	2.3%	2.5%	2.0%
	掲示板	1.4%	0.3%	1.1%	0.7%
	コミュニティサイト、SNS	18.9%	12.5%	8.3%	6.0%
	インスタントメッセージャー	8.6%	4.9%	3.8%	2.0%
行わない	73.1%	80.1%	84.7%	88.3%	

ママ友との連絡手段は、「携帯電話・スマートフォン」でのメール、通話が多く、若い年齢層ほど「インターネット上のコミュニティサイトやSNS」、「インスタントメッセージャー (LINE など)」が多い (図 3-1)。子育てのためのWEBサイトやSNSの利用では、「情報収集」はどの年代でも8割以上の人が行っている。一方、「発信やコメント」「情報交換」は年齢層で差がみられる (図 3-2)。若い年齢層の保護者ほど、子育てにおいても、メディアのさまざまな機能を使いながら情報を集めたり、交換したりしている。

## 保護者自身のメディアとの接し方

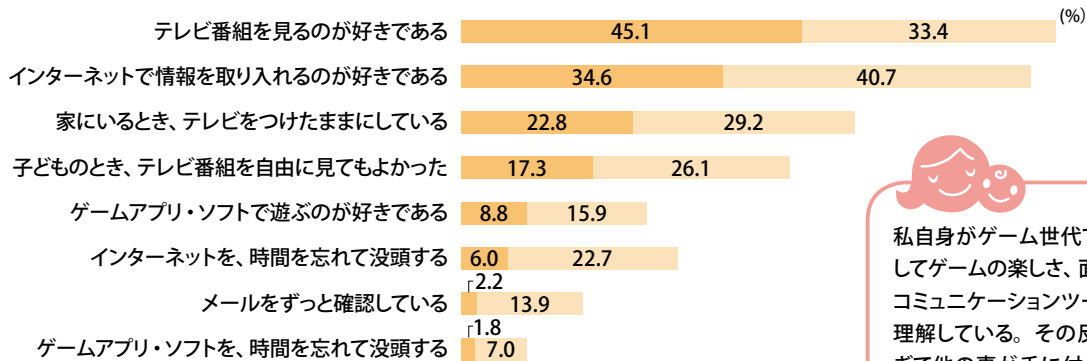
## メディアへの親和性

保護者の年齢層が若いほど、子ども時代にテレビを自由に見てよかった割合が高く、現在も家にいるときにテレビをつけたままにする傾向。

Q. あなたご自身のメディアとのかかわりについて、あてはまるものはどれですか。

図 3-3

■ あてはまる ■ ややあてはまる



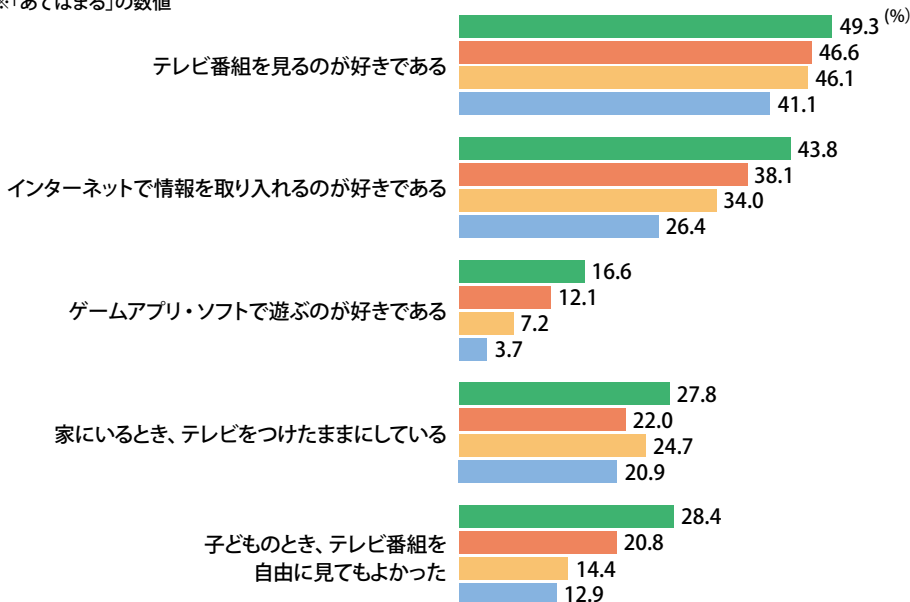
私自身がゲーム世代で、友達とゲームをしてゲームの楽しさ、面白さを知っており、コミュニケーションツールとしての役割を理解している。その反面、夢中になりすぎて他の事が手に付かなくなる恐ろしさも知っているため、まだ子どもには早いと思ってゲームはやらせていない。(5歳)

## 母親の年齢別

図 3-4

■ 29歳以下(349) ■ 30-34歳(915) ■ 35-39歳(1114) ■ 40歳以上(564)

※「あてはまる」の数値



子どもはテレビが大好きで消すと泣いておこるが、私もテレビっ子なので強く言えない。(2歳)

保護者のメディアへの親和性をみると、「家にいるとき、テレビをつけたままにしている」が「あてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて52.0%、「子どものとき、テレビ番組を自由に見てもよかった」が43.4%である(図3-3)。保護者の年齢層が若いほどテレビ番組やインターネットで情報を取り入れるのが好きな割合が高く、子ども時代からメディアへの親和性が比較的高い傾向がみられる(図3-4)。

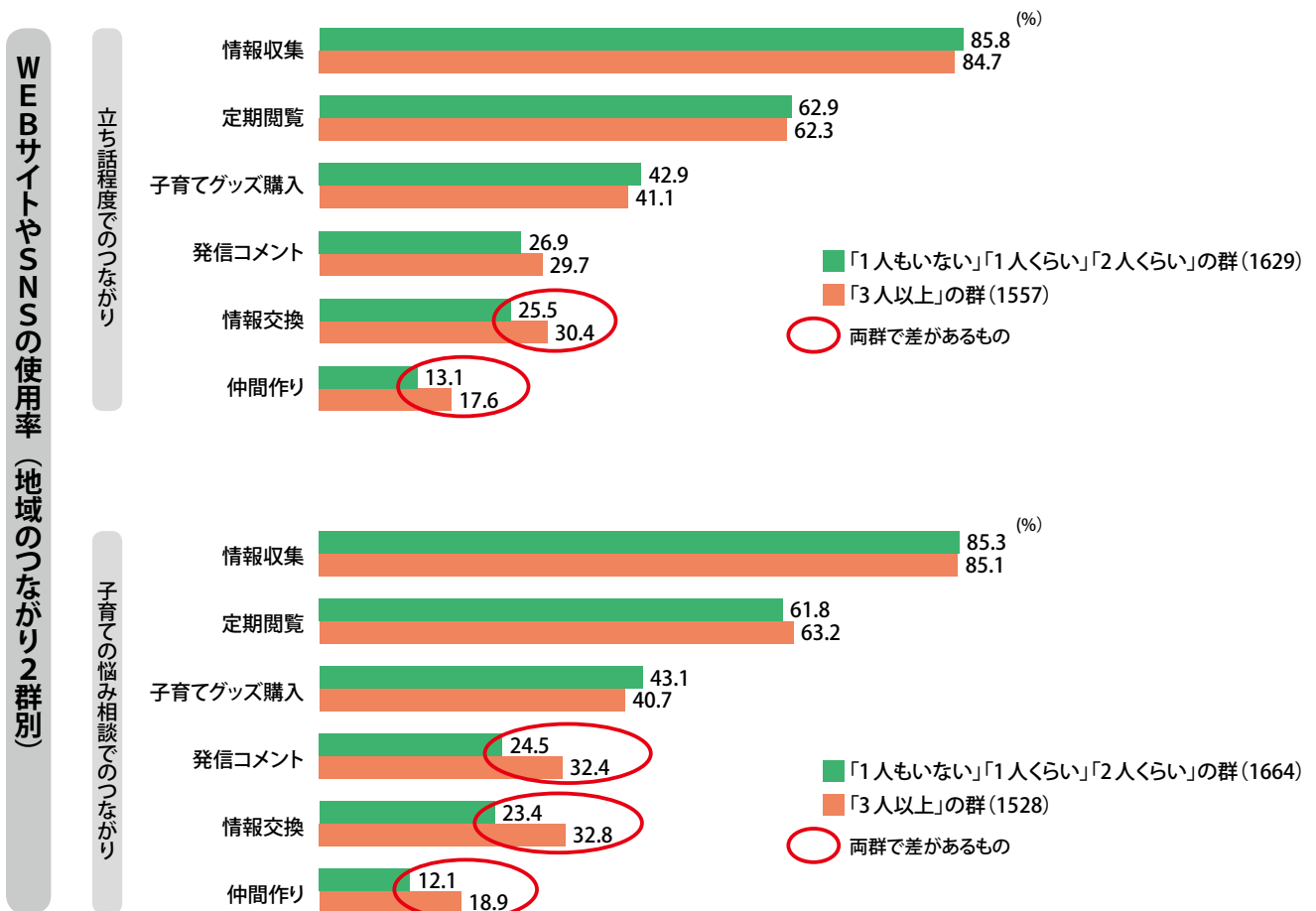
## 保護者自身のメディアとの接し方

## 地域のネットワークと、WEBサイト・SNSでのネットワーク

地域で子どもを介したリアルな付き合いが多い保護者のほうが、WEBやSNSを使った情報交換を行っている。

- Q. 地域の中で、お子さまを通じたお付き合いの状況にもっとも近いのはどれですか。
- Q. あなたは、現在、WEBサイトやSNSを通して、子育てのために、以下のことを行っていますか。

図 3-5



子育てにおける保護者のコミュニケーションの広げ方は、地域でのリアルな場からWEBサイトやSNSなどの場に移っているのだろうか。地域で子どもを通じた付き合いで、「子ども同士を遊ばせながら立ち話をする程度の人」「子育ての悩みを相談する人」の人数を多い群と少ない群に分け、それぞれのグループでWEBサイトやSNSで行っている割合を比べた。その結果、情報収集や定期的な閲覧は、地域でのリアルな付き合いの数に限らず、同じくらい行っていた。一方、情報交換や仲間づくりでは、地域でのリアルな付き合いの数が多い人のほうが、行っていることがわかった（図3-5）。リアルな場のコミュニケーションが積極的な人は、WEBサイトやSNSでも積極的に情報交換を行う傾向にあるようだ。

## 専門の立場から

汐見稔幸先生（白梅学園大学学長、東京大学名誉教授）  
専門：教育学、教育人間学、育児学

小さな子どもをとりまくメディア環境が急速に変化している現状を把握できたことは、今後の育児や子ども文化を考える上でとても参考になります。スマートフォンが急速に広まっているのは、映像を見ることができる・情報を簡単に手に入れることができる・コミュニケーションできるなど多機能でありながら、ポータブルで小さな子どもにも操作が楽なためと思われ、今度のメディアの方向を示唆するものです。

人間は今まで、情報を処理するとき、実物に触れて“きれいだなぁ”“ごつごつするなぁ”など身体的な感覚と感情を働かせて記憶に残し、それを“自分にとってよかった”などの価値世界に蓄えて、種々の判断の原点にしてきました。一方、手軽なメディアを通して情報を処理するときは、操作や記憶が簡単にできるのですが、身体的な感覚等は十分に働かない可能性があります。子どもが小さい頃は、人間が持っている多様な情報処理のスイッチを順次入れて行く段階ですから、今後は、そうした「自分の身体や五感を通して得た情報」と「メディアを通して得た情報」とを、どのようにつないでいくのが課題となっていくと思われれます。

菅原ますみ先生（お茶の水女子大学大学院教授）  
専門：発達心理学、発達精神病理学

今回の結果から、この1～2年で急速に乳幼児をもつ家庭にスマートフォンが浸透し、多くの子どもたちとの接触が始まっていることは注目したいところです。メディアに限らず、ツールは人間の感覚や運動の延長で生まれてきました。テレビやビデオ・DVDは、体との密着度が低い分、自分と切り離せるので、ワンクッションにおいてどう使ったらよいか判断する余地が生まれます。一方、スマートフォンは、小さく軽く持ち運び、体への密着度が高いという特徴があります。それゆえ、自分と切り離して客観的に使い方を考えることが難しく、大人であっても手放せぬにより長時間接触しているように思われます。

今後、新しいメディアが小さな子どものいる家庭にますます普及していき、保護者のおさがりを含めて多くの子どもたちが発達のごく早期からこうした身体密着型のメディアと付き合い始めることになるでしょう。メディアデバイスやコンテンツの製作者は、子どもを守るブロックを設けたり、メディアのよさを生かしながら子どもの学びに役立つものを開発していく必要があります。また、保護者の方は、子育ての中で子どもに新しいメディアを与えるとき、子どもの生活環境を上手にコーディネートするために、使い方や親子でのルールを整えていく必要があるでしょう。

榎原洋一先生（お茶の水女子大学大学院教授、小児科医）  
専門：小児科学、小児神経学、発達神経学

2歳からスマートフォンやタブレット端末を使っていることであらためて驚きました。スマートフォンの普及はテレビに比べて極めて速く、抵抗感少なく家庭に入っているようです。

子どもは大人のまねをして学んでいきます。保護者の生活にメディアを使えば、子どもは傍らにいてまねをし、メディアを使っていくのは当然のなりゆきでしょう。また、スマートフォンやタブレット端末のタッチパネルは、テレビやビデオ・DVDに比べて操作が容易なことも、普及を速めていると思います。

保護者の方に伝えたいのは、「子どもはあなたの行うことを真似していきます。親として子どもにしてほしくないことは、親自身もしないように注意を払いましょう。」ということです。子どもが小さいうちからスマートフォンなどの新しいメディアを使うことの影響は、まだ研究が追い付いていないためよく分かっていません。しかし、テレビやビデオ・DVDを見るとときと同様、まずは視力への影響や外遊びとのバランス、アクセス先や内容を選ぶことに注意を払う必要があるでしょう。一方、親子で一緒に遊んだり学んだりできるツールとしての可能性も考えていきたいですね。

佐藤朝美先生（東海学院大学専任講師）  
専門：教育工学、学習環境デザイン

テクノロジーの進化は早く、その影響に関する研究結果が出る前に、新たなメディアが家庭に入り込むという現状がうかがえます。スマートフォンやタブレット端末は手軽に利用でき、乳幼児向けアプリも豊富ですが、既存のメディアと同様、選定や遊び方、時間等、ルール作りが重要と考えられます。

一方、子どもとの対話を上手に展開している親は、どのメディアでも子どもと一緒に楽しみながら、子どもがやっている事を説明的に表現してみたり、褒める言葉によるフィードバックをかけてあげたりしています。また、そうやって子どもと関わりながら、親自身が新たな知識を得たり、知らない子どもの側面を発見する事を楽しんでいきます。乳幼児期は、このような親の介入があることで教育効果が高まるという調査結果も出ています。

可能性が未知数な新たなメディア。親子の時間を楽しいものに、さらには親子の関係を豊かにするという方向性で、その可能性を開花して欲しいと切に願います。



## 調査をふりかえって

今回の調査の結果から、0歳6か月～6歳の親子の生活に、スマートフォンやタブレット端末などの新しいメディアの活用が急速に広がっていることが明らかになりました。保護者は、自らも新しいメディアを使い始める傍らで、子どもが使うアプリ・ソフトが学びや遊びの知的側面によい刺激を与えることを期待しています。また、テレビ番組やビデオ・DVDなどの活用を上手にコントロールしている様子が見られる一方、スマートフォンなどの新しいメディアに対しては、親子が同時期に使い始めていることもあり、親子での使い方を模索している段階に思われます。

乳幼児期は、とくに発達に応じた人とのやりとりや五感を通じた体験が重要です。乳幼児の親子の生活にスマートフォンなどの新しいメディアが浸透する今、外遊びやおもちゃ遊び、メディアを使った遊びなど様々な活動を上手に組み合わせながら、親子での豊かなコミュニケーションを図って行くことが大切と思われれます。

## 「ベネッセ教育総合研究所」のWEBサイトのご紹介



ベネッセ教育総合研究所では、各研究室の調査研究レポートと、幼稚園、保育所、小学校、中学校、高校、大学の教職員を対象とした情報誌をWEBサイトにすべて掲載しています。

また、ベネッセ教育総合研究所の研究者による、最新の研究知見や園・学校現場の声をふまえたオピニオンも公開しています。

インターネットで検索してください。

ベネッセ 研究

検索

<http://berd.benesse.jp/>

◎ベネッセ教育総合研究所の発刊物の閲覧（PDFファイルのダウンロード）が可能です。

## WEBサイト「小さな子どもとメディア」のご紹介



WEBサイト「小さな子どもとメディア」は、小さな子どものメディア活用について、保護者の方から専門家まで、子育てにかかわる人々が知恵や体験を持ち寄って考える場です。

「最新！メディア研究ニュース」や「考えるヒントがいっぱい！Q&A」、「研究会からのメッセージ」「まわりはどうしてる？アンケート集」「年齢ごとの発達」「みんなの体験談」などを掲載しています。

インターネットで検索してください。

小さな子どもとメディア

検索



### 「第1回 乳幼児の親子のメディア活用調査」

発行日：2013年7月12日

発行人：岡田晴奈

編集人：谷山和成

調査企画・分析：後藤憲子 高岡純子 田村徳子

発行所：(株)ベネッセコーポレーション ベネッセ教育総合研究所 次世代育成研究室

デザイン：中村ヒロユキ (Charlie's HOUSE)

(2014年3月 改訂)

【お問い合わせ先】本調査に関するご意見・ご感想・お問い合わせは、下記までお願いいたします。

〒206-8686 東京都多摩市落合 1-34

tel:042-311-3390 / fax:042-356-7313

受付時間 10:00～17:00 (土・日・祝日・12:00～13:00を除く)